



centro de  
experiencias  
y servicios UAI

7a VERSIÓN

# ESTUDIO DE PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE CX

AGOSTO 2023





# Descripción del estudio

# OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1. Evaluar el **nivel de desarrollo y madurez de la gestión de CX** en las empresas del país.
2. Determinar la **presencia de prácticas clave de gestión de CX** en las empresas del país.
3. Identificar los **principales desafíos en la gestión de CX** en las empresas del país.

# METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

<b>Tipo de estudio</b>	Cuantitativo.
<b>Método</b>	Encuestas web.
<b>Grupo objetivo</b>	Profesionales que se desempeñan en cargos relacionados con la gestión de CX de sus empresas.
<b>Muestra</b>	112 profesionales en total.
<b>Fecha del campo</b>	Del 20 de junio al 15 de julio del 2023.

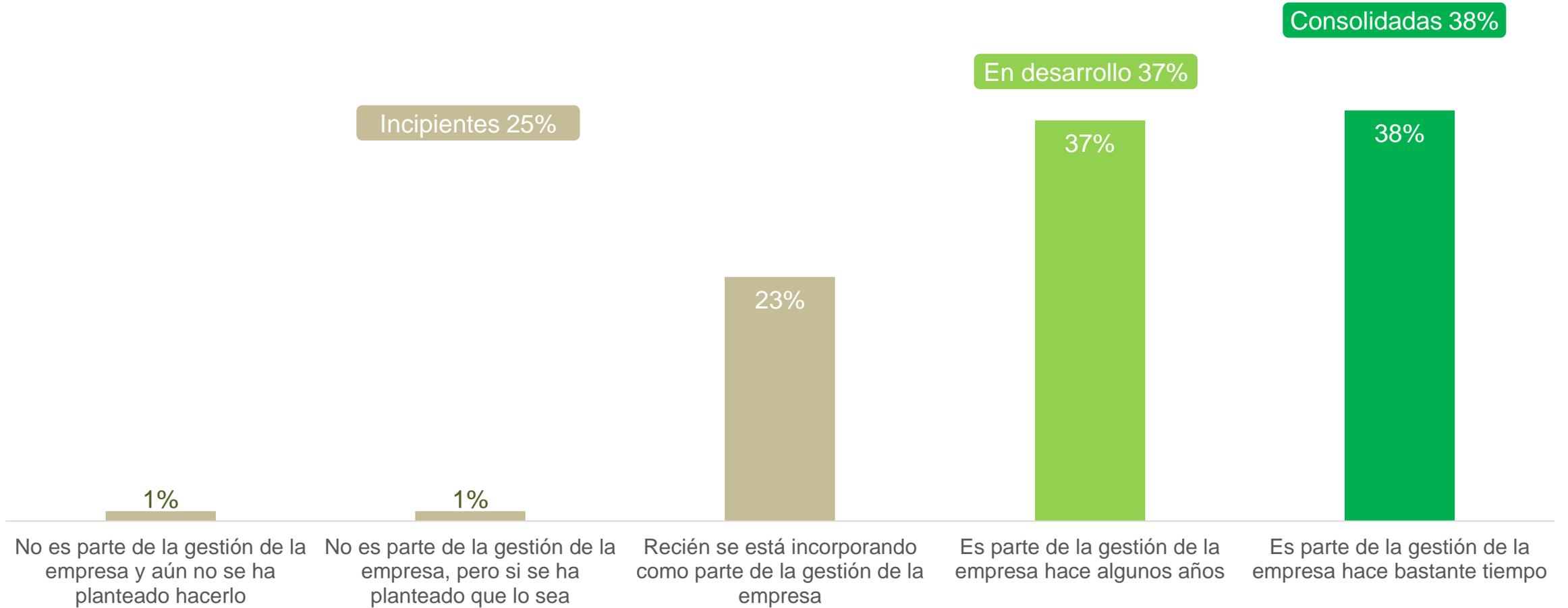
# Relevancia de la gestión de la experiencia de clientes

# Nivel de desarrollo de la gestión de CX

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: 112 casos



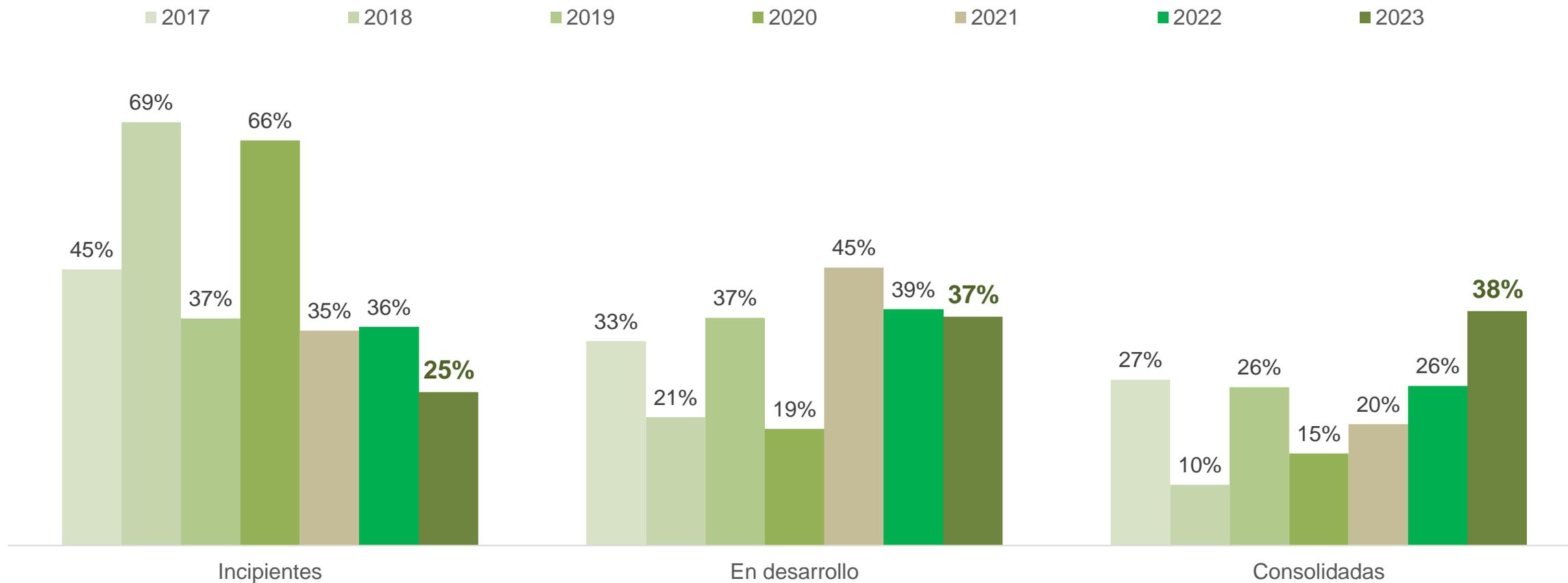
# Nivel de desarrollo de la gestión de CX

## Resultados evolutivos

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: 112 casos

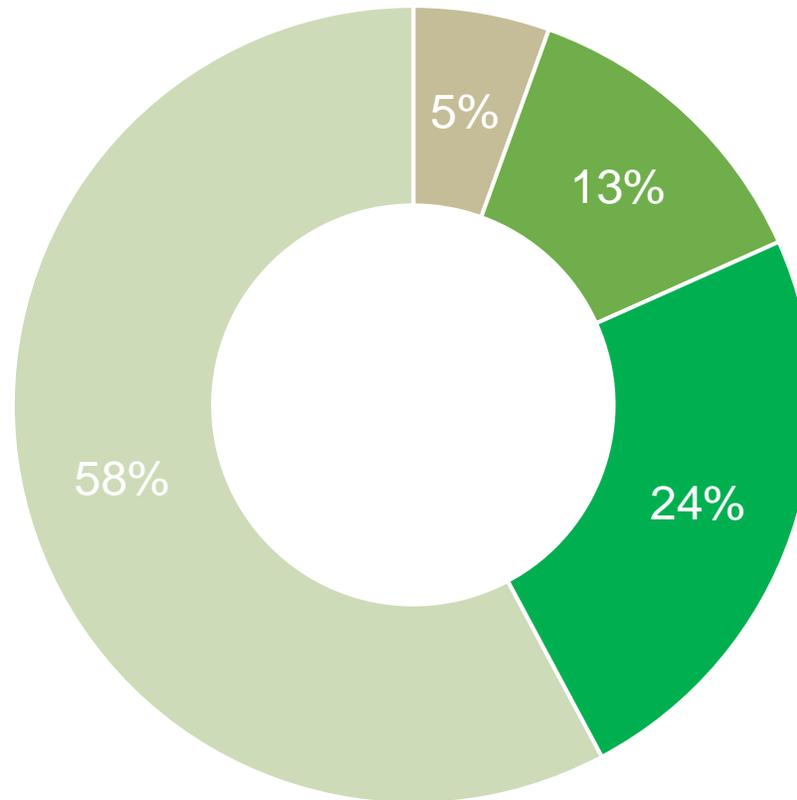


# Factores de gestión clave

¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: 112 casos



- El factor tecnología
- El factor información
- El factor procesos
- El factor personas

# Barreras para la gestión de CX

¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: 112 casos



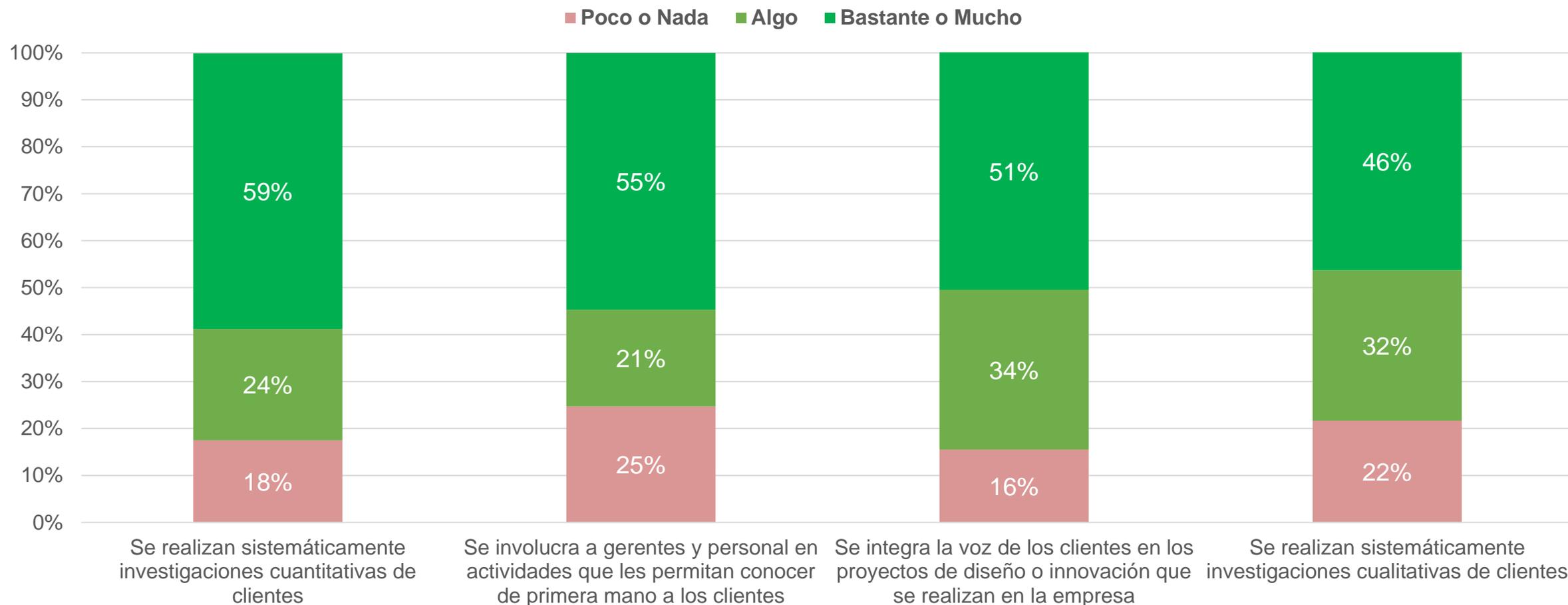
# Prácticas de gestión de la voz de los clientes

# Prácticas de voz de los clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para incorporar la voz de los clientes a la gestión de la empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 112 casos



# Métodos de conocimiento de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: 112 casos

% Respuestas múltiples



# Métodos de conocimiento de los clientes

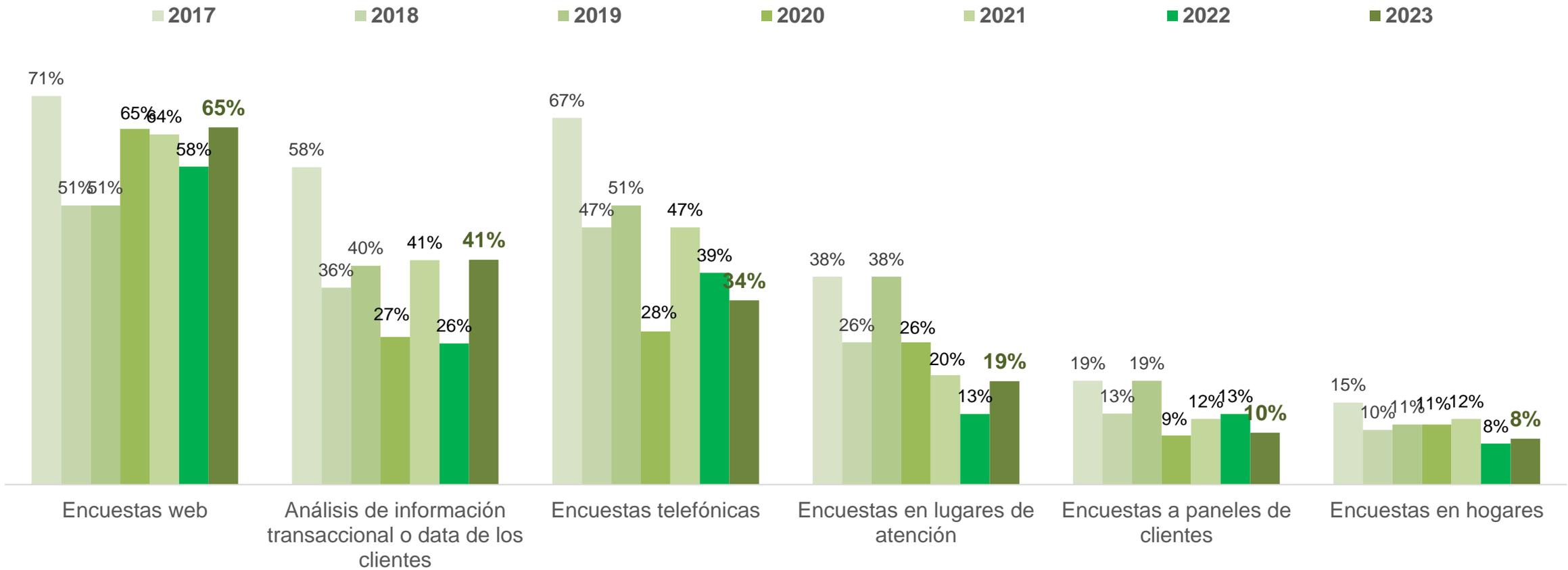
## Resultados Evolutivos

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: 112 casos

% Respuestas múltiples - Métodos cuantitativos

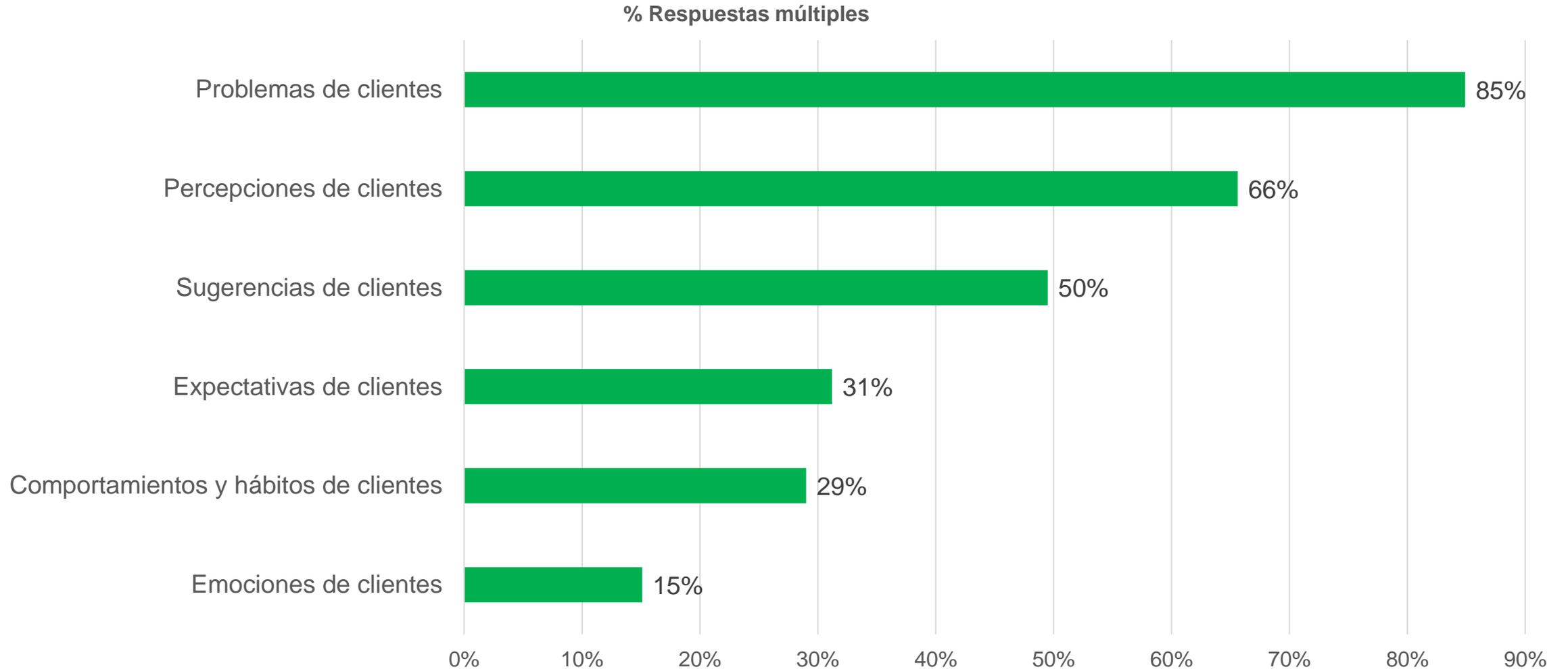


# Tipo de información de los clientes

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: 112 casos

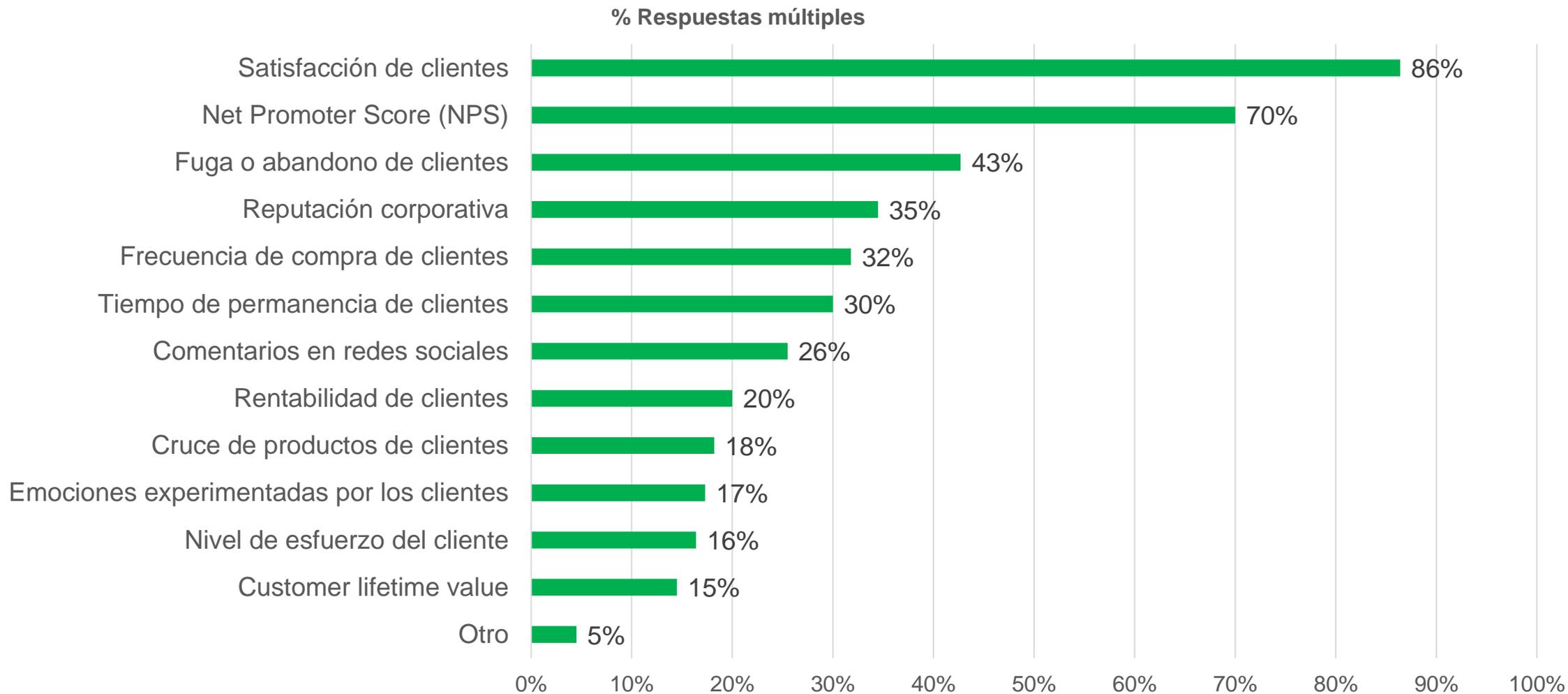


# Indicadores de experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: 112 casos



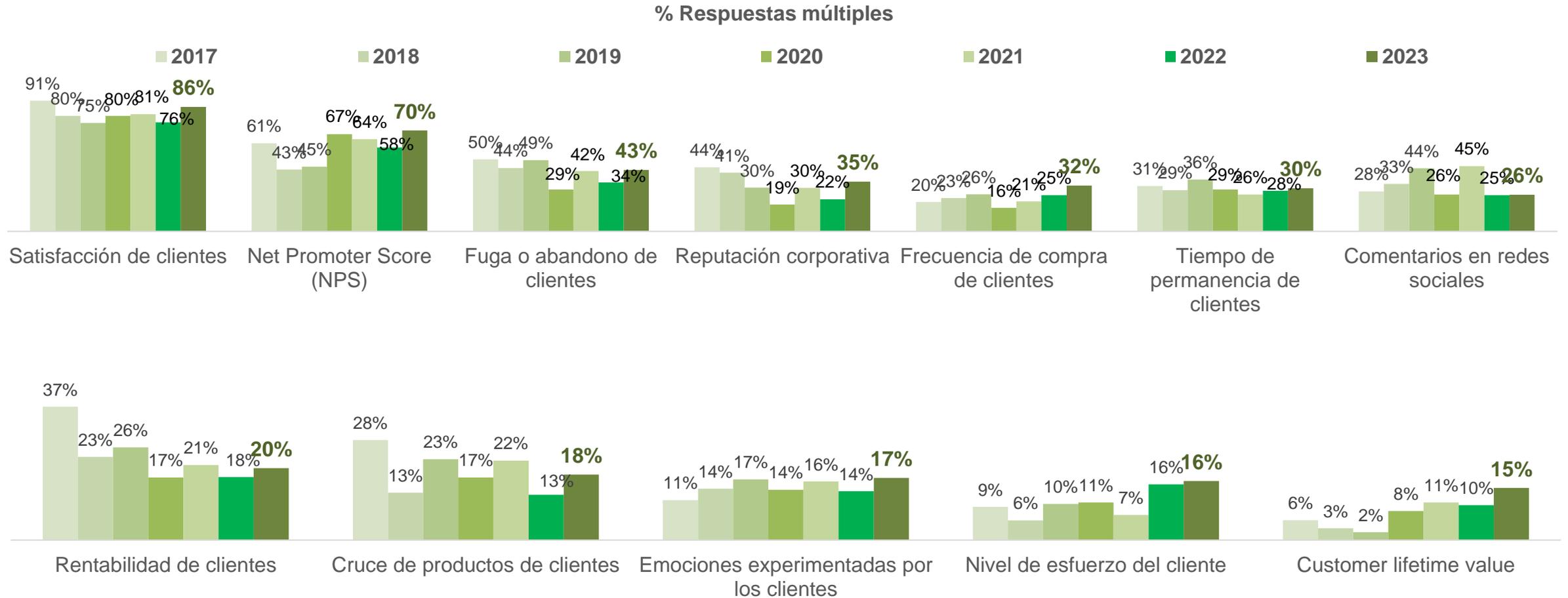
# Indicadores de experiencia de clientes

## Resultados Evolutivos

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: 112 casos



# Prácticas de gestión del compromiso del personal

# Evaluación de la cultura de servicio

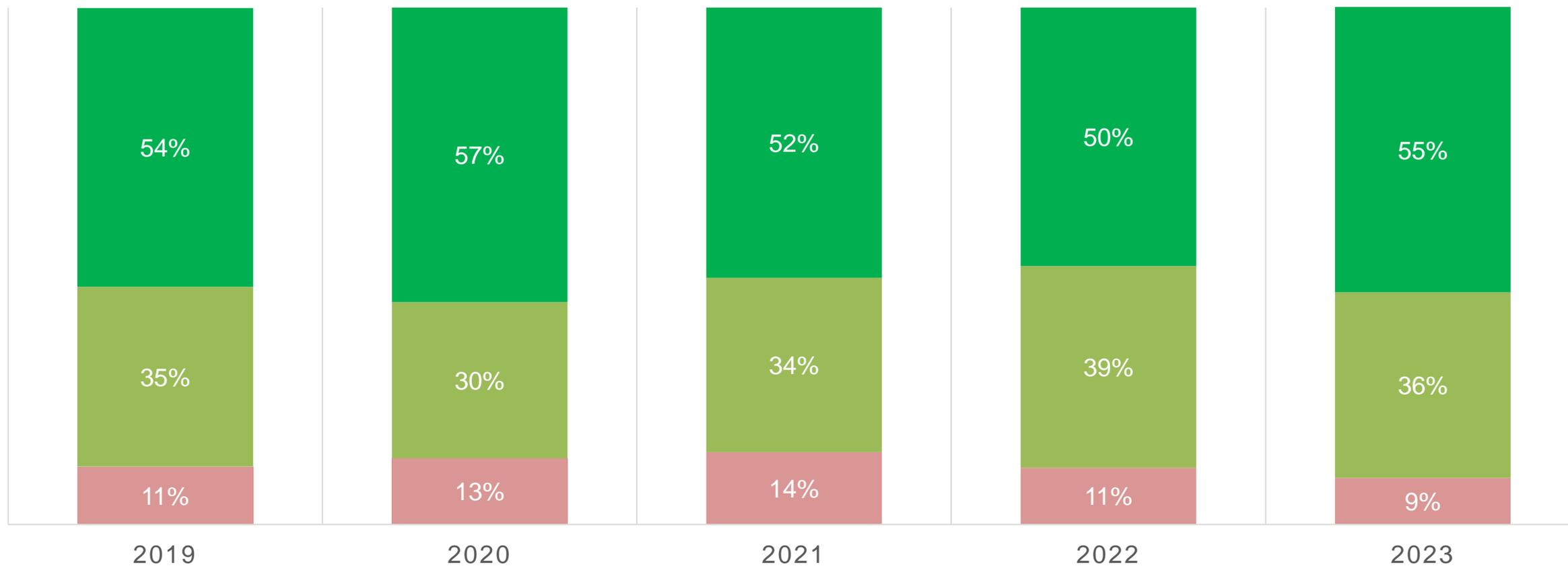
## Resultados Evolutivos

¿En qué medida consideras que existe en tu empresa una cultura de servicio o de orientación al cliente?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 112 casos

Poco o Nada Algo Bastante o Mucho

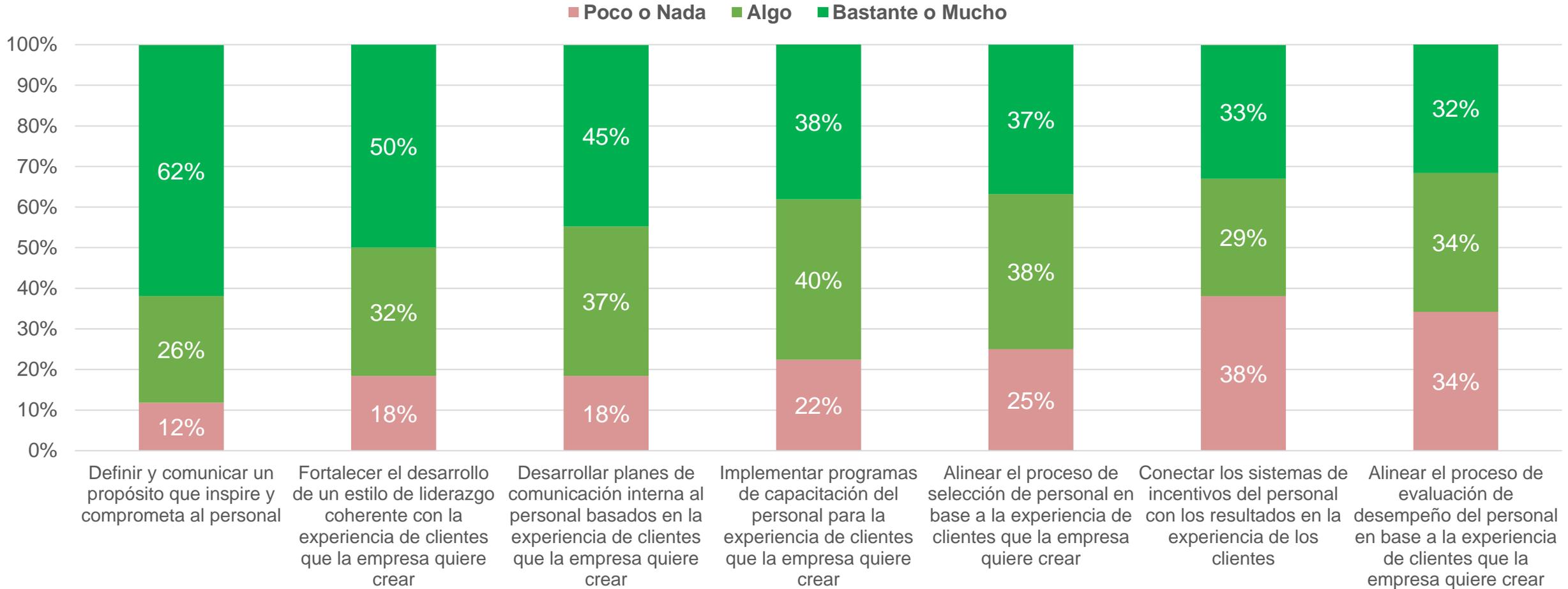


# Prácticas de alineamiento del personal

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 112 casos



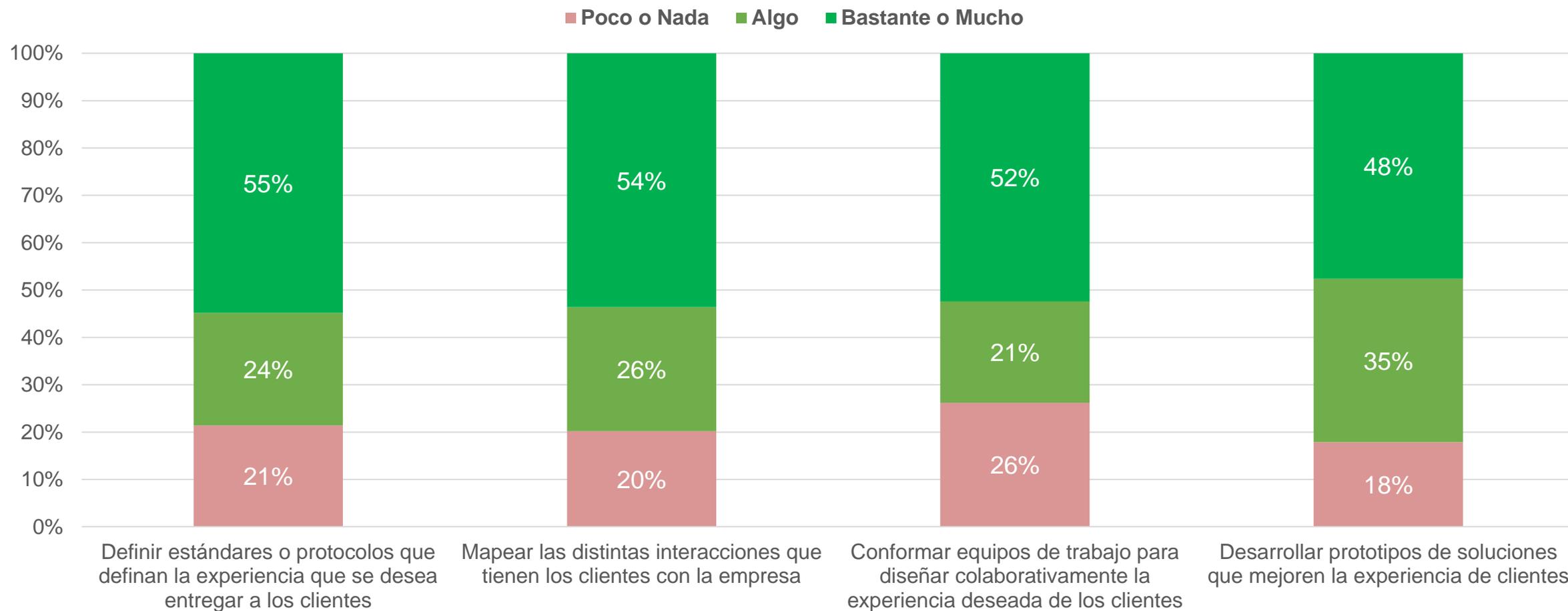
# Prácticas de gestión del diseño de experiencia

# Prácticas de diseño de CX

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para diseñar o rediseñar la experiencia de los clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 112 casos



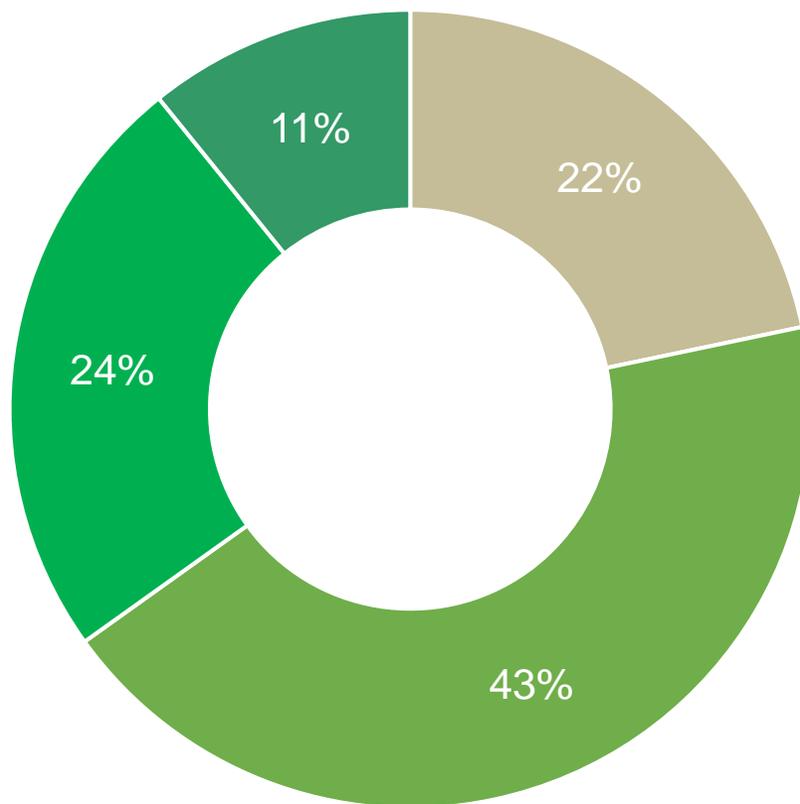
# Prácticas de gestión de canales de atención

# Nivel de integración de canales de atención

¿Cuál dirías es el nivel de integración que existe entre los distintos canales de atención de clientes de tu empresa?

Respuesta única

Base: 112 casos



- No hay una integración entre los distintos canales de atención
- Hay una integración de sólo algunos canales de atención
- La mayoría de los canales de atención están integrados
- Todos los canales de atención están integrados

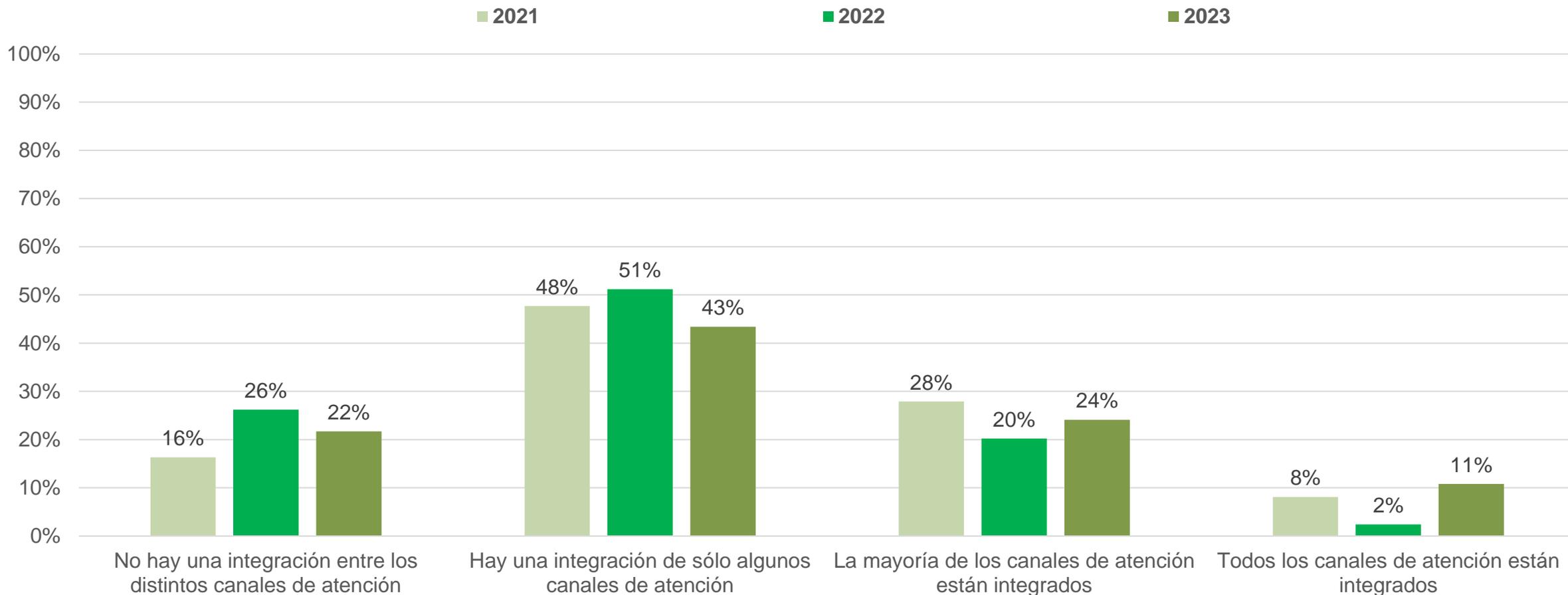
# Nivel de integración de canales de atención

## Resultados Evolutivos

¿Cuál dirías es el nivel de integración que existe entre los distintos canales de atención de clientes de tu empresa?

Respuesta única

Base: 112 casos



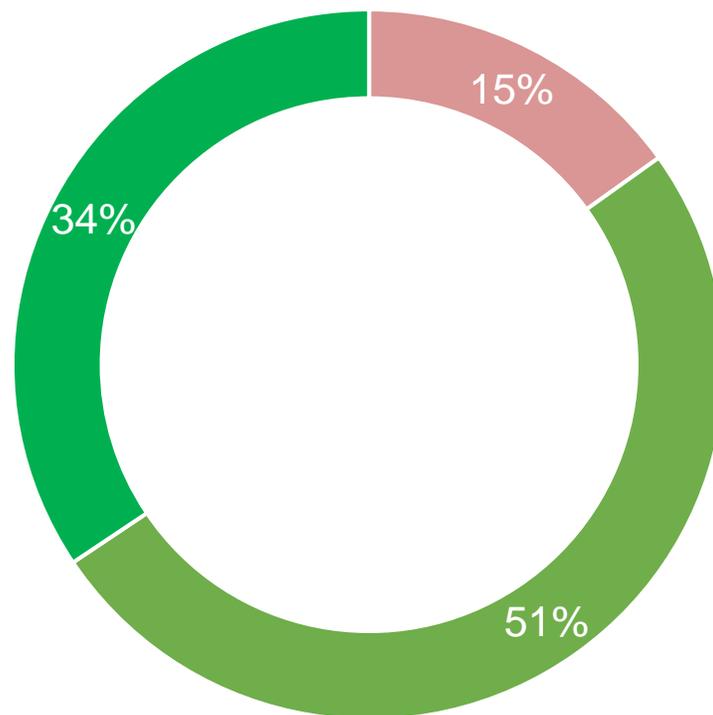
# Prácticas de habilitación y gestión de reclamos

# Inversión en educación de clientes

¿Cuánto consideras que tu empresa invierte en educar a sus clientes para que usen adecuadamente y aprovechen al máximo los productos o servicios que se les ofrece?

Respuesta única

Base: 112 casos



■ Poco o Nada ■ Algo ■ Bastante o Mucho

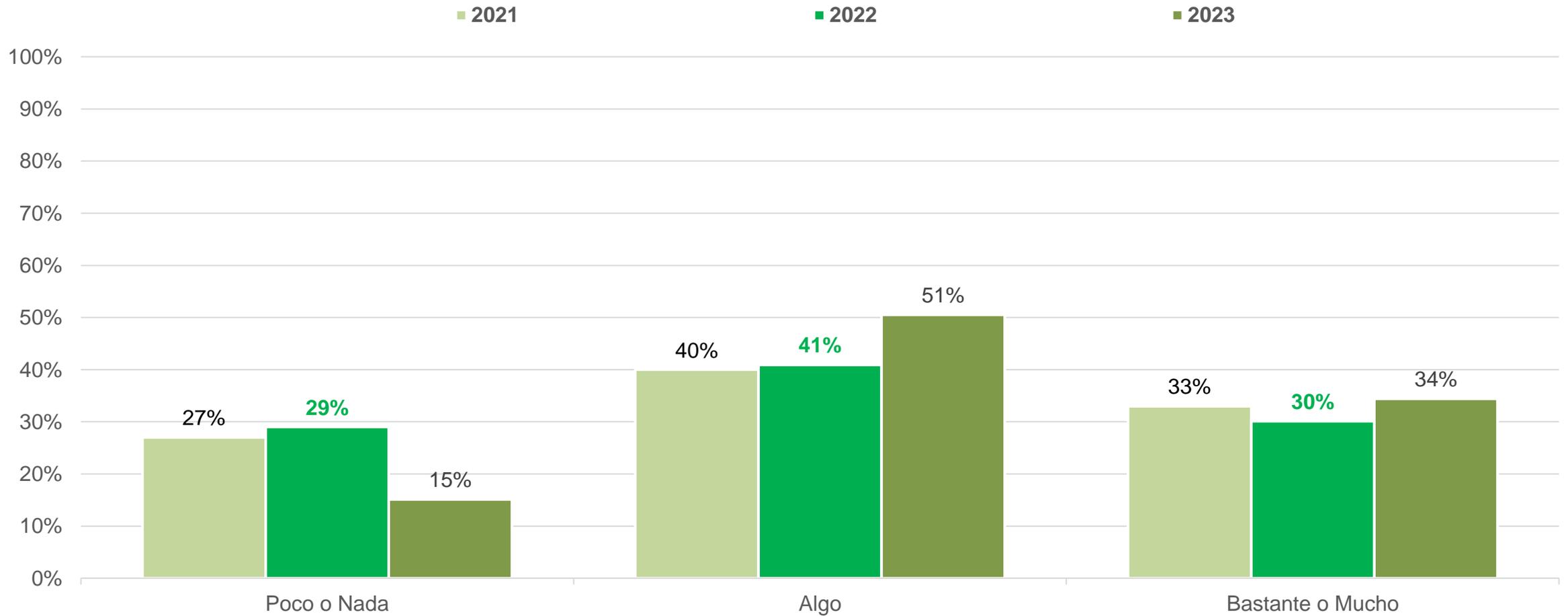
# Inversión en educación de clientes

## Resultados Evolutivos

¿Cuánto consideras que tu empresa invierte en educar a sus clientes para que usen adecuadamente y aprovechen al máximo los productos o servicios que se les ofrece?

Respuesta única

Base: 112 casos

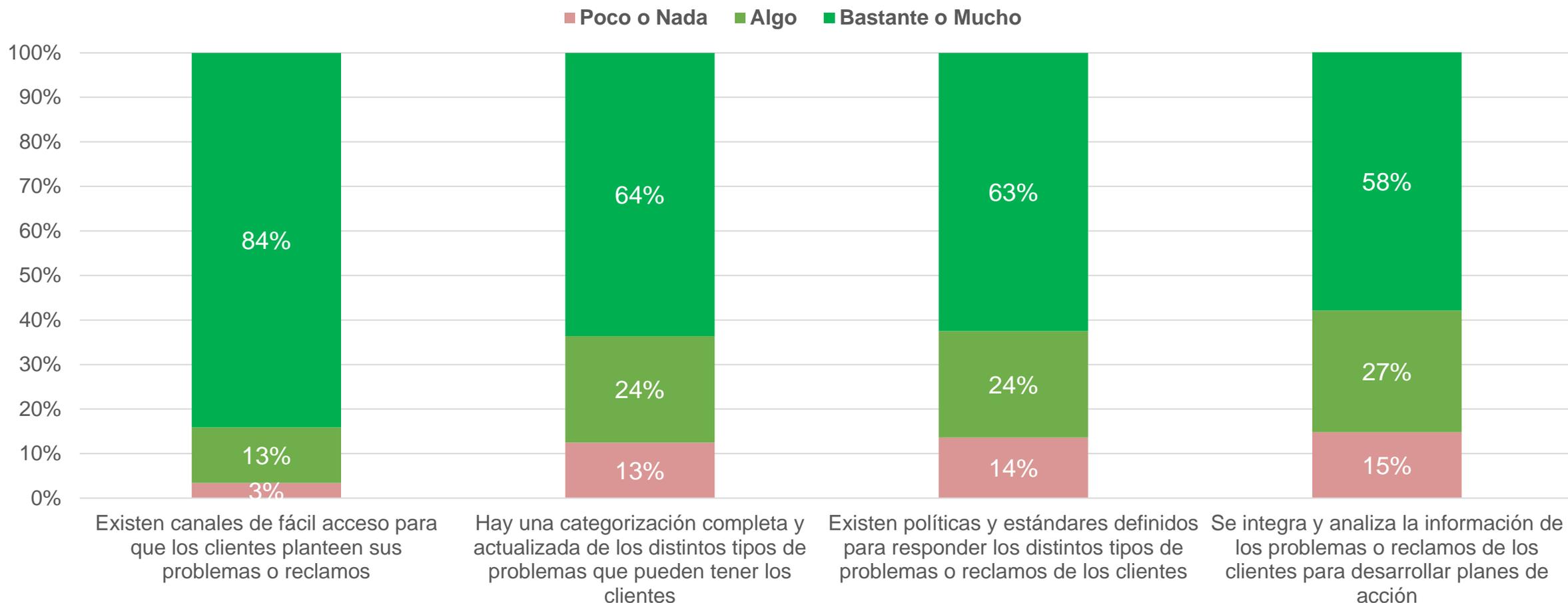


# Prácticas de gestión de problemas

⇒ Respecto de la gestión que se hace de los problemas o reclamos de los clientes, ¿En qué grado en tu empresa...?

⇒ Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

⇒ Base: 112 casos



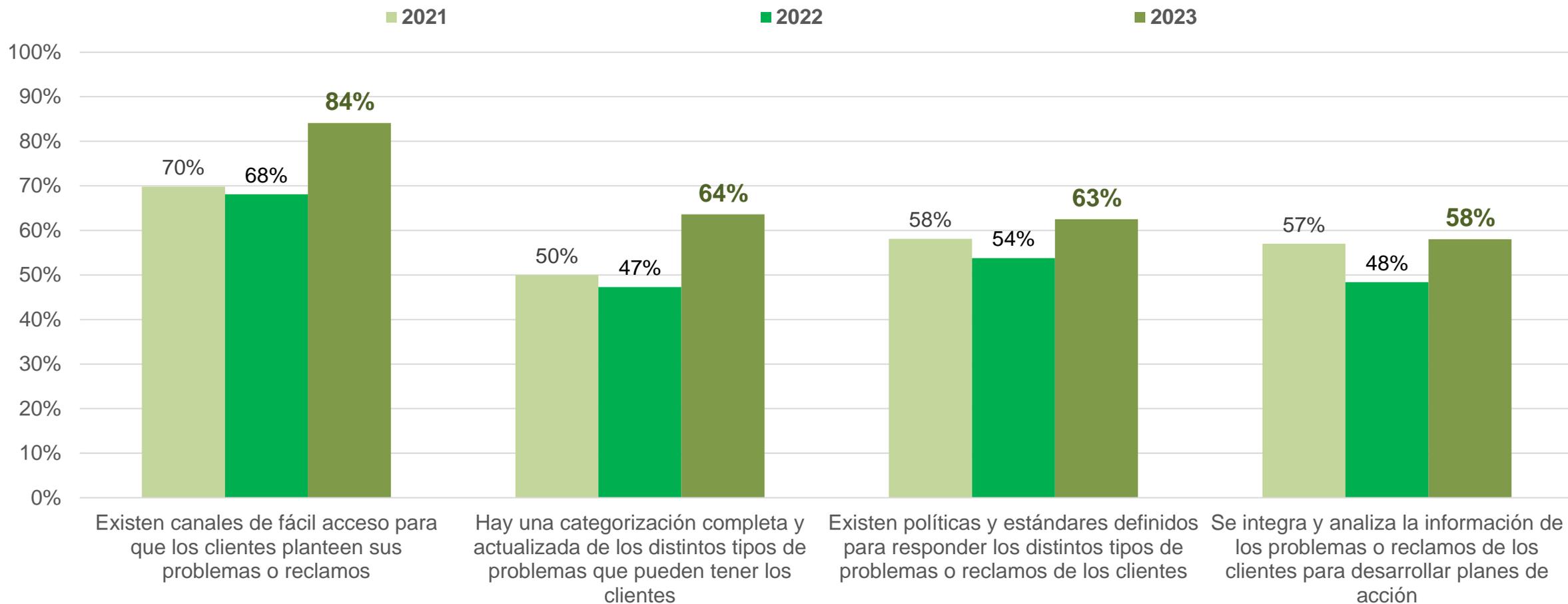
# Prácticas de gestión de problemas

## Resultados Evolutivos

⇒ **Respecto de la gestión que se hace de los problemas o reclamos de los clientes, ¿En qué grado en tu empresa...?**

⇒ Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

⇒ Base: 112 casos





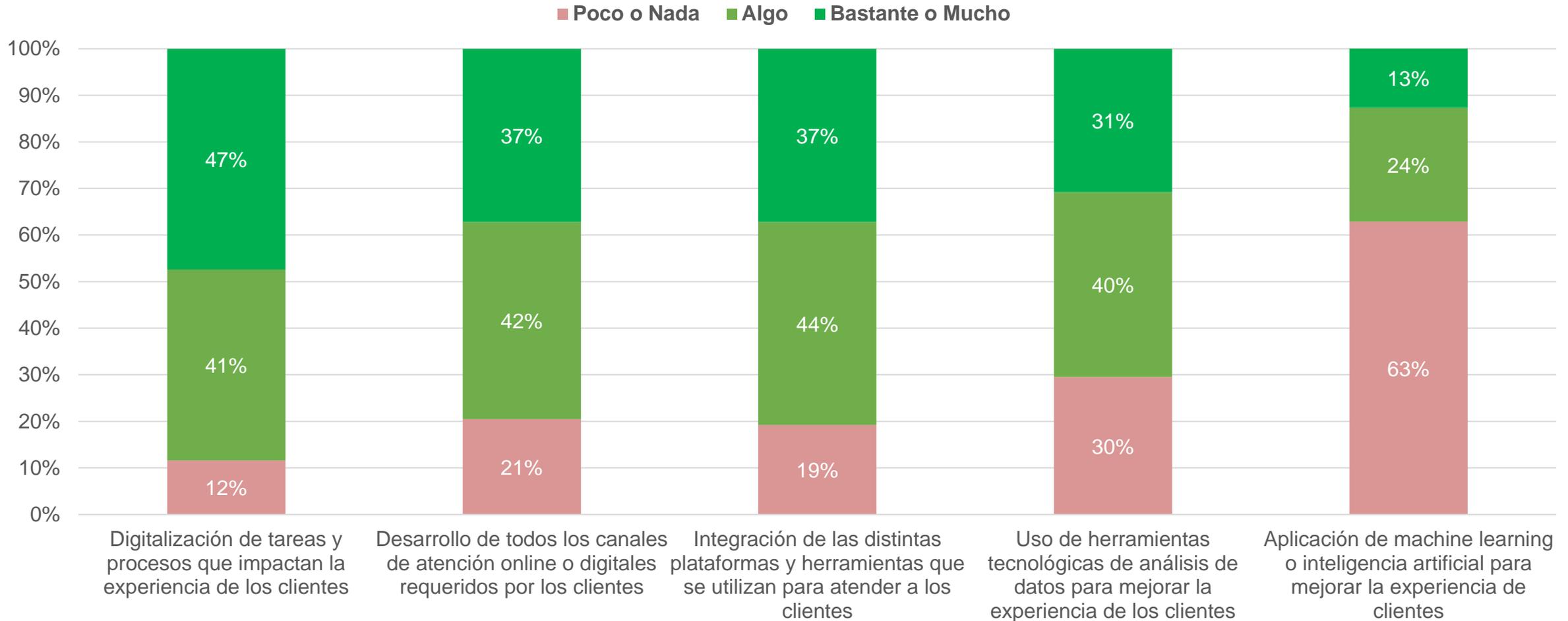
# Desarrollo y soporte tecnológico

# Desarrollo tecnológico para CX

¿En qué medida existen en tu empresa las siguientes condiciones o recursos tecnológicos al servicio de la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 112 casos



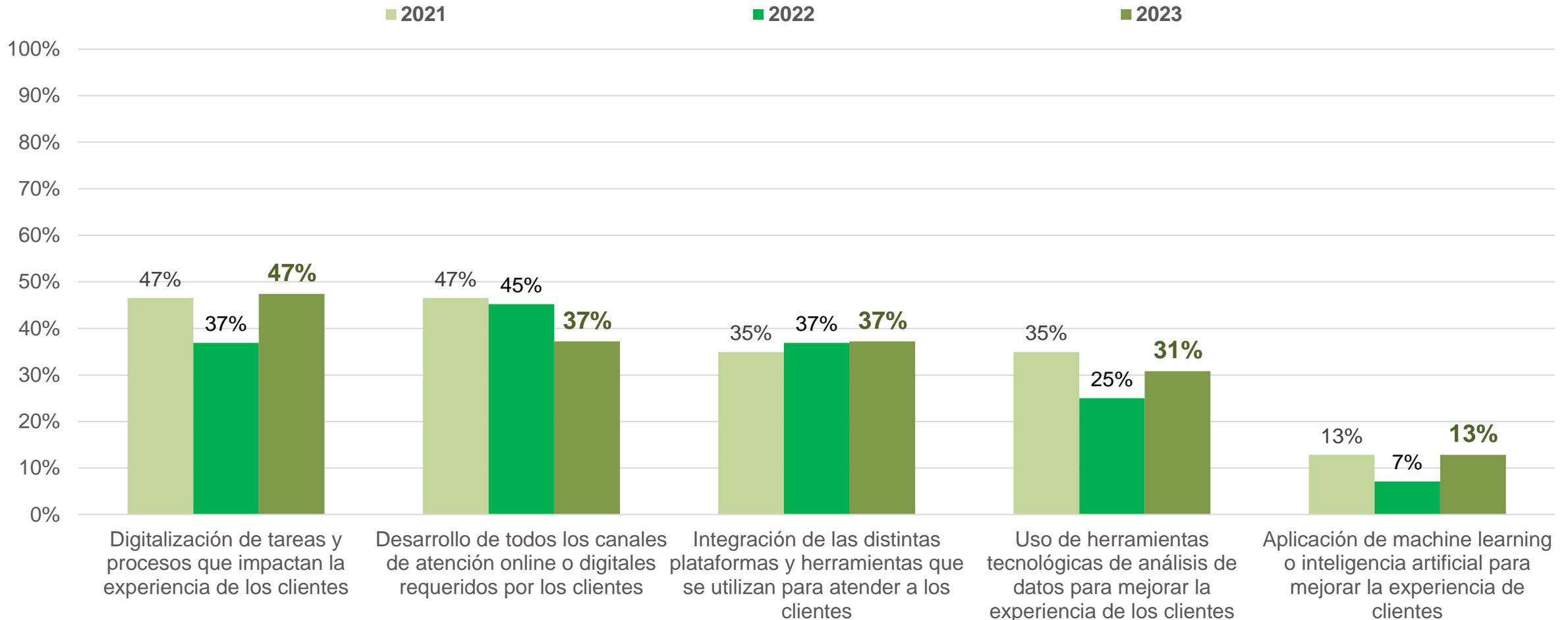
# Desarrollo tecnológico para CX

## Resultados Evolutivos

¿En qué medida existen en tu empresa las siguientes condiciones o recursos tecnológicos al servicio de la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 112 casos



# Evaluación de la madurez en la gestión de CX

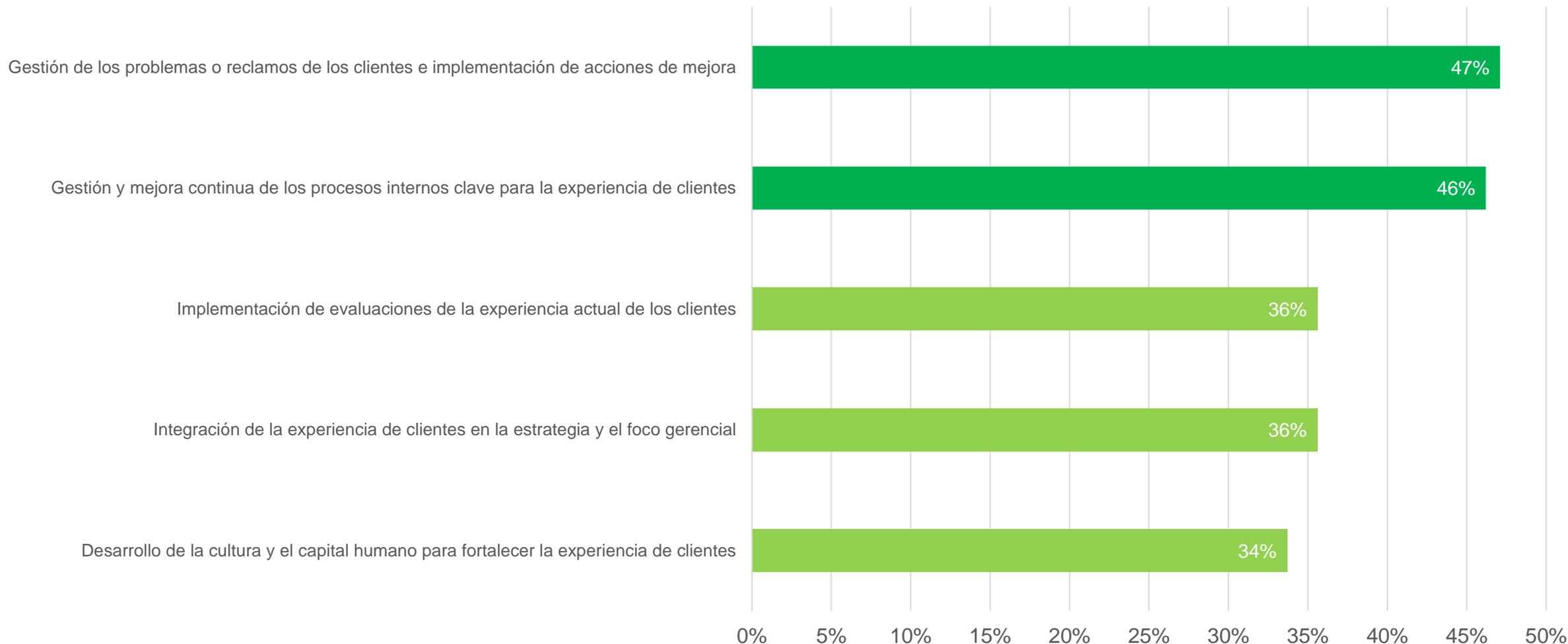
# Evaluación de ámbitos de madurez de CX

¿En cuáles de los siguientes ámbitos de la gestión de experiencia de clientes consideras que lo hace mejor tu empresa?

Respuesta múltiple; máximo 3 opciones

Base: 112 casos

% de menciones, ámbitos de gestión MÁS desarrollados



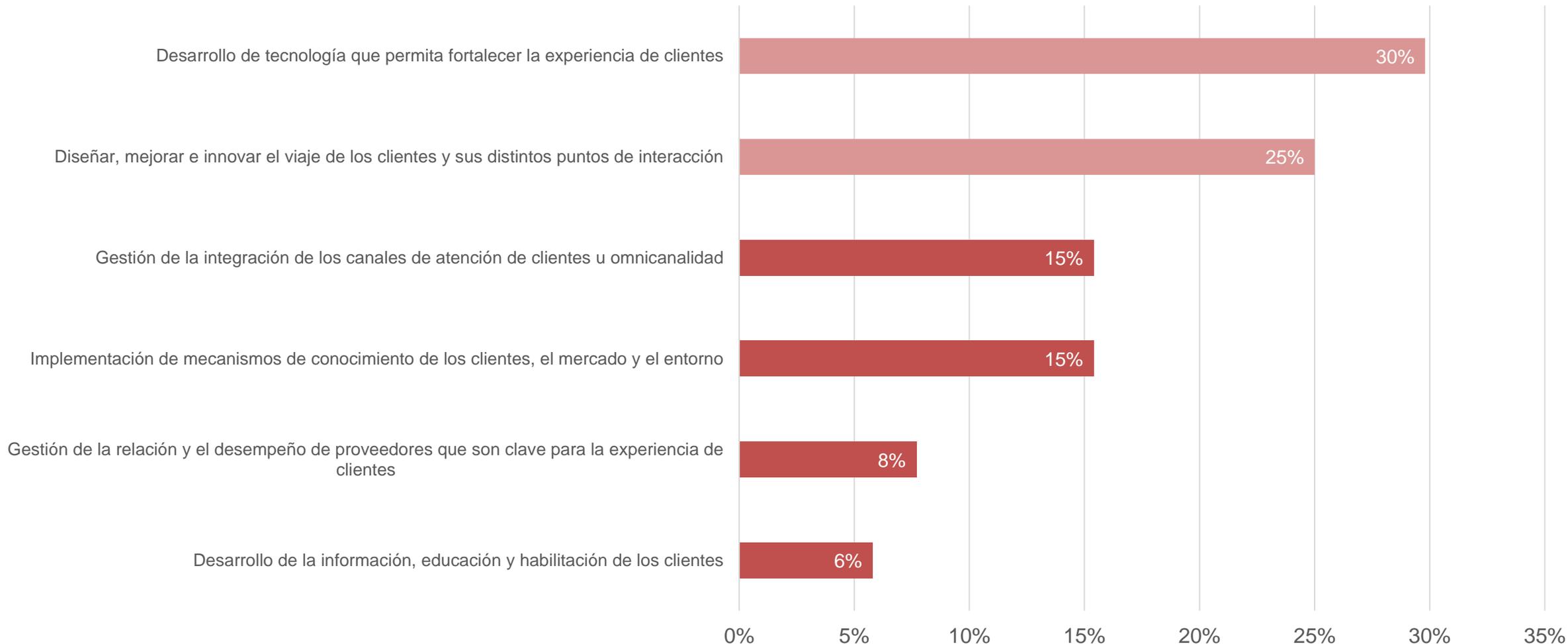
# Evaluación de ámbitos de madurez de CX

¿En cuáles de los siguientes ámbitos de la gestión de experiencia de clientes consideras que lo hace mejor tu empresa?

Respuesta múltiple; máximo 3 opciones

Base: 112 casos

% de menciones, ámbitos de gestión MENOS desarrollados





# Principales hallazgos

# ESTADO GENERAL DE LA GESTIÓN DE CX EN LAS EMPRESAS

- Existe un consenso generalizado en torno al valor que los clientes otorgan a las experiencias de servicio positivas durante sus interacciones con las empresas.
- Se constata un crecimiento similar al informe del año anterior en relación con las empresas que efectúan una integración y desarrollo apropiados de la gestión de la experiencia de clientes.
- Los factores clave para la mejora de la experiencia del cliente en las empresas continúan siendo la gestión del personal, seguido por la optimización de los procesos.
- Las barreras más reconocidas para la implementación de una gestión efectiva de CX en las empresas se atribuyen en su mayoría a factores culturales, tecnológicos y restricciones financieras.
- Dentro de la gestión del compromiso corporativo, se identifican oportunidades para vincular aún más las mejoras en la experiencia del cliente con los planes de inversión y la evaluación del impacto financiero de las empresas.
- En lo referente a la administración de la voz del cliente, se vislumbran áreas para mejoras a través de integrar más investigaciones de naturaleza cualitativa.

# ESTADO GENERAL DE LA GESTIÓN DE CX EN LAS EMPRESAS

- Entre las metodologías cuantitativas de captación de la voz del cliente, se destaca el creciente protagonismo de las encuestas web y el análisis de datos de los clientes.
- La comprensión de los clientes sigue estando principalmente centrada en sus quejas y percepciones, mientras que se presta menos atención a sus expectativas y emociones.
- La consolidación de la gestión omnicanal aún está en una etapa incipiente, mostrando solo una leve mejora en comparación con el año anterior.
- Aproximadamente la mitad de los encuestados informa de la presencia de una cultura de servicio en sus empresas, quedando un desafío pendiente en este sentido para el resto.
- La alineación del personal con la experiencia del cliente está en sus primeras etapas, siendo más sólida la práctica de definir y comunicar un propósito organizacional. Sin embargo, esto se ve obstaculizado por la falta de congruencia con los incentivos y los mecanismos de evaluación del desempeño.

# ESTADO GENERAL DE LA GESTIÓN DE CX EN LAS EMPRESAS

- En cuanto a la gestión del diseño de la experiencia del cliente, aunque se aprecia un avance respecto al año anterior, la principal oportunidad de mejora radica en la práctica de prototipar nuevas soluciones.
- La gestión de los problemas de los clientes es una de las áreas más desarrolladas en las empresas. No obstante, deben fortalecer la utilización de la información derivada de los problemas de los clientes para corregir y aprender.
- A pesar de que las empresas están inmersas en un proceso de transformación tecnológica significativo, se evidencia un escaso foco en los clientes en este desarrollo.
- En lo que respecta a las diferentes dimensiones de madurez en la gestión de la CX que fueron evaluadas en una sección del estudio, la mayoría de las empresas informa encontrarse en una etapa incipiente de desarrollo de su gran mayoría.
- Las dimensiones más desarrolladas en la gestión de la CX son la resolución de los problemas de los clientes y la optimización de los procesos internos críticos. En contraste, las dimensiones menos avanzadas son la gestión de proveedores clave y la habilitación de los clientes.



centro de  
experiencias  
y servicios UAI

**¡NO OLVIDEN CONTESTAR LA ENCUESTA  
DE ESTE EVENTO!**

**QUEREMOS MEJORAR CONTINUAMENTE  
LO QUE HACEMOS**

